

Корпоративный сайт как инструмент продвижения бизнес-организации: аннотация к дипломной работе / Петкевич Алеся Викторовна; Факультет философии и социальных наук; Кафедра социальной коммуникации; научный руководитель: Ефимова Надежда Викторовна

Объектом исследования является корпоративный сайт в системе маркетинговых коммуникаций. Предмет исследования – стратегии использования корпоративного сайта для продвижения бизнес - организации. Целью дипломной работы выступает выявление возможностей корпоративного сайта как инструмента маркетинговых коммуникаций компании с потенциальными клиентами и разработка плана по продвижению корпоративного сайта в интернете. Проанализировав текущую маркетинговую деятельность компании «Мир кухни» в интернете, мы пришли к выводу, что интернет как средство маркетинговых коммуникаций не задействован в достаточной степени. По сути, единственным представлением компании в сети являлся корпоративный сайт. Был предложен ряд мер по повышению эффективности продвижения корпоративного сайта и компании «Мир кухни» в сети Интернет. На данный момент руководство компании «Мир кухни» начала внедрение предложенных рекомендаций. Данные меры могут помочь увеличить узнаваемость компании в целом среди широкой общественности, а также повысить лояльность аудитории к бренду.

Ключевые слова: корпоративный сайт, маркетинговые коммуникации, целевая аудитория сайта, поисковая оптимизация, контекстная реклама.

Corporate Website as a Tool to Promote a Business Organization: abstract of the graduate work / Alesya Piatkevich; Faculty of Philosophy and Social Sciences; Department of Social Communication; supervisor Nadezhda V. Efimova

The object of study is the corporate website in the marketing communications. Subject of research - strategy for the use of a corporate site to promote the business of the organization. The aim of the thesis serves to identify opportunities corporate website as a tool of marketing communications company with potential customers and develop a plan to promote a corporate site on the Internet. After analyzing the current marketing activities of the company «The World of kitchen» on the Internet, we came to the conclusion that the Internet as a means of marketing communications is not involved sufficiently. In fact, the only representation of the network is a corporate site. Proposed a number of measures to increase efficiency and promote corporate site of «The World of kitchen» on the Internet. At the moment, «The World of kitchen» began implementing the recommendations. These measures can help increase recognition of the company as a whole to the general public, as well as to increase audience loyalty to the brand.

Keywords: corporate website, marketing communications, the target audience of the site, search engine optimization, contextual advertising.